

Comunicare l'impresa, master in Cattolica

Da gennaio in collaborazione con Aib, Talent Garden e Accademia SantaGiulia

■ La Brescia del «fare» guarda al web e al digitale per raccontare l'eccellenza della sua produttività. Con l'obiettivo di formare figure specializzate nella gestione dei processi comunicativi di aziende e istituzioni, Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica ha lanciato per il 2015 il master di primo livello in Business Content Management, ospitato da gennaio dalla sede di via Trieste. Il percorso, pensato in collaborazione con Aib, Talent Garden e Accademia SantaGiulia e rivolto ai laureati in indirizzi umanistici ed economici, «nasce dalla consapevolezza del cambia-

mento che sta coinvolgendo le piccole medie imprese che si trovano ad affrontare una sfida importante: un nuovo modo di comunicare e comunicarsi - ha spiegato Ruggero Eugeni, direttore di Almed, ieri con Paola Artioli, vicepresidente di Aib per l'Education, Lorenzo Maternini di Talent Garden, Massimo Locatelli docente della Cattolica, Luca Borsoni della AS Borsoni e Riccardo Romagnoli direttore della SantaGiulia. I corsi, della durata di un anno, cominceranno a metà gennaio e saranno divisi in tre aree: «management» sulle competenze manageriali e giuridiche; «comunicazione» su sociolo-

gia, psicologia e processi sociali; «digitale» dedicato web, social e mobile. A completare la didattica i laboratori condotti dai professionisti di Talent Garden, Digital Magics, As Borsoni e Gummy Industries e i residential seminars che porteranno a Brescia grandi nomi della comunicazione tra cui Brad Googins del Boston College, Luca De Biase, editor di Sole 24 Ore e Nova24, Nuno Bernardo, Ceo di BeActive, e Marina Salamon. Da luglio gli stage, a ottobre l'ultima tranche di lezioni. La tassa annuale è di 7.500 euro, in tre rate. Tre borse di studio sono messe a disposizione da Aib. Info su <http://master.unicatt.it>. **a. c.**